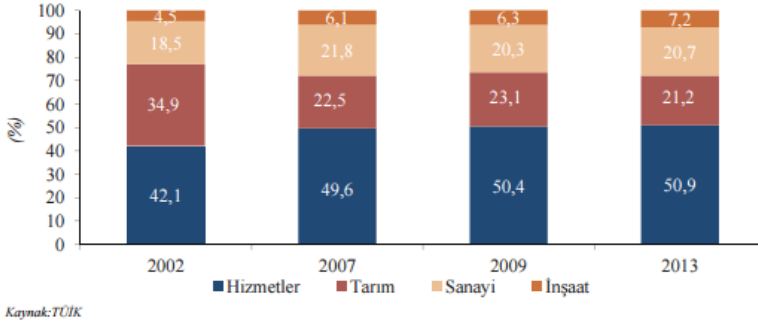


# ULUSLARARASI TİCARETTE HİZMET SEKTÖRÜ

## Sağlık Turizmi Özelinde Hizmet Sektörünün Tanımı ve Uluslararası Ticarete Hizmet Sektörü

Uluslararası ticaret açısından baktığımızda sağlık turizminin Birleşmiş Milletler tarafından listelenmiş kayıtlı sektörler arasında değerlendirilmesi gerekmektedir. Birden fazla ülkeyi ya da ülke vatandaşını ilgilendiren bu tür bir faaliyetin elbette ki uluslararası hukuk açısından da tanımı olacaktır.

Uluslararası Ticarete Konu Olan Hizmet Sektörleri Hizmet ticaretine konu olan sektörler listesi; Birleşmiş Milletler tarafından belirlenen sektörel sınıflandırma kitabı esas alınarak Dünya Ticaret Örgütü Sekreteryası tarafından hazırlanan MTN.GNS/W/120 sayılı belge ile üye ülkelerin bilgilerine sunulmuştur. Söz konusu belgede yer alan sektörler / alt sektörler incelendiğinde sağlık “tıbbi ve diş hekimliği hizmetleri” olarak “Mesleki Hizmetler” ana başlığının altında “uzmanlık gerektiren hizmetler” alt başlığı grubunda listelenmiştir.



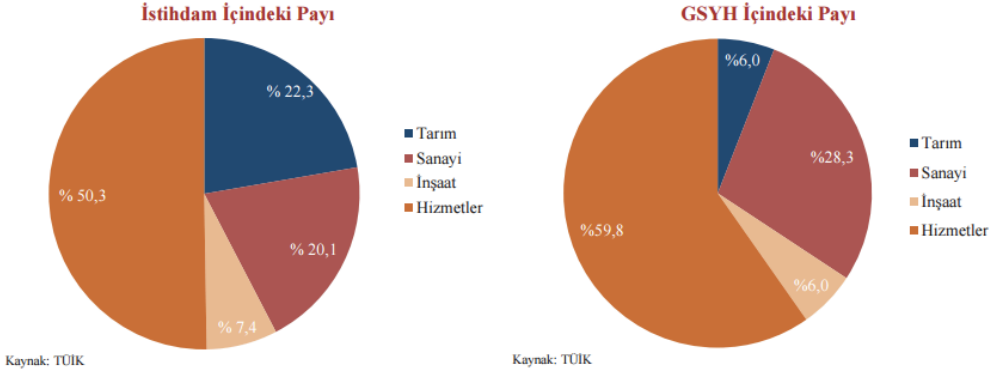
Şekil.1. Türkiye’de Sektörlerin İstihdam İçindeki Payı

Gelişen ülkeler de dahil olmak üzere ülkelerin birçoğunda GSYH’nın %40 ile %70’i arasındaki kısmı hizmet sektörlerinden sağlanmaktadır. Ülkelerin birçoğunda hizmet sektörü GSYH’ya yaptığı katkı bakımından sanayi sektörünü geçmektedir. Bir görüşe göre, hizmet sektörlerinden “sağlık turizminde” net bir sıçrama yaşanmakta, bu da yeni boyutlar getirmektedir. Özellikle sağlık hizmeti sunumunda bekleme sürelerinin uzunluğu ve sosyal sigorta kapsamının temel sağlık giderlerini karşılayabilmesi, birçok tedavi seçeneğinin ticari bir karakter kazanmasına neden olmaktadır. Özellikle ABD’nin, hizmetlerle ilgili ticari pazarlıkların Uruguay Turu çerçevesi içerisinde ele alınması teklifi, hizmet sektörleri ticaretinde çok hızlı bir gelişmeye neden olmuştur. Son elli yılda, hizmet sektörü dünya ekonomisinde çok hızla artan bir rol oynamıştır.

Örneğin, ABD’de 1950 öncesi toplam yaratılan işlerin %50’sinin altında olan hizmet sektörü oranları, 1950’den sonra toplam yaratılan işlerin %80’ini oluşturacak bir seviyeye yükselmiştir.

Özellikle, bu büyümenin 1/3’ü son on yılda ortaya çıkmış; istihdamda dikkati çekici gelişmeler sağlık hizmet sunum alanında, haberleşme, sigorta, hastane teknolojisi, eğlence ve benzeri alanlarda görülmüştür. Bu değişimler yeni küresel piyasaların ortaya çıkışına neden olduğu gibi, sağlık alanı dahil hizmet sektörlerini keskin bir rekabetin içine itmiştir. Benzer şekilde hizmet sektörü Şekil.1’den de görülebileceği gibi ülkemizin en önemli istihdam grubunu oluşturmaktadır. Ayrıca şekil 2’den anlaşılacağı üzere hizmet sektörü istihdamın %50’sini oluştururken gayri safi

yurtiçi hasıla (GSYH) içindeki payı %60 civarındadır. Ülkemiz genel olarak hizmet sektörü için önemli bir aktördür.



Şekil 2: Sektörlerin İstihdam ve GSYH İçindeki Payı (2014 Haziran)

Artan rekabet ve gelişen online eşzamanlı haberleşme olanakları, sağlık hizmeti almak isteyen bireylerin hizmetlerden beklediği kaliteyi hızla yükseltmiştir. Bu gelişme beraberinde; gelişmiş ülkelerde hizmetlerin maliyetinin aşırı yükselmesine neden olmuştur. Bir hastaya yüksek kaliteli hizmet sağlamak ve bunu etkin bir fiyatlandırma ile bütünleştirmek çok önemli bir unsur haline gelmiştir.

Son çeyrek yüzyılda gelişmiş toplumlarda köklü değişimler olmuştur. Bu yapısal değişimler, özellikle istihdamın ve meslek yapılarının dikkati çekici bir şekilde farklılaşmasına yol açmıştır. Böylece, endüstri çağı ötesi olarak tanımlanabilecek yeni dönüşümlerle karşılaşmıştır. Bu yeni yapılar, mallardan hizmetlere bir keskin dönüşle, yönetici ve meslek sahibi insanların artışıyla, tarım ve imalat sanayi sektörlerindeki işlerin azalışıyla kendisini ortaya koymuştur. Özellikle ABD, Japonya, Almanya, İngiltere ve Kanada gibi ülkelerde son elli yılda istihdamın ve mesleki yapıların keskin bir biçimde değiştiği gözlenmektedir.

Hizmet sektörü, ürünün üretildiği anda tüketildiği bir sektördür. Sağlık hizmetini almak için hastaneye müracaat eden birey için sunulan hizmet anlık olarak üretilmekte ve anlık olarak tüketilmektedir. Bu hali ile doğrudan çalışan/insan bağımlıdır. Hizmetleri mallardan ayıran temel özellikler; saklanamaz olmaları ve fiziksel varlıklarının söz konusu olmamasıdır. Hizmet ticaretinde birçok durumda hizmeti sunan ile hizmetten yararlananın aynı anda aynı yerde olması gerekmektedir.

Bu nedenle hizmet ticaretinde sınıraşan boyut vardır yani hizmet tedarikçisinden bağımsız olarak sınırı geçmektedir. Bu durum hizmeti sunulduğu anda ihracat yapılmış boyuta taşımaktadır. Sağlık sektörü gibi bazı alt hizmet gruplarında hizmet ticaretinde bireylerin serbest dolaşımının engellenmemesi ve hatta teşviki gerekmektedir.

Her türlü ekonomik faaliyetin yerine getirilmesinde hayati bir role sahip olan hizmetler geniş

bir alanı kapsamaktadır. Hizmet sektörünün içeriğinde sağlık hizmetleri yanında danışmanlık, mühendislik, ulaştırma, yazılım, eğitim, kişisel bakım üniteleri gibi birçok alt sektör yer almaktadır. Taşımacılık, iletişim, finans gibi altyapı hizmetleri herhangi bir işletme için destek sağlarken, eğitim hizmetleri firmalara kaliteli işgücü sağlanması açısından etkili olmakta, bazen de firmaların rekabet gücünü artırıcı etki yaratmaktadır. Ancak hangi sektör olursa olsun çalışanların üretim yapabilmeleri için sağlıklı olmaları gerekliliği nedeniyle sağlık sektörü kilit rol oynamaktadır.

Nüfusun artması ve giderek yaşlanması sonucunda hastalık yapısı ve buna bağlı olarak sağlık bakım ihtiyaçları tüm dünya da değişmektedir. Gelir seviyesinin yükselmesi, teknolojik ilerlemeler ve toplumun tamamının kapsanmasını hedefleyen sağlık sigortası sistemlerinin tüm ülkelerde giderek yaygınlaştırılması, daha iyi sağlık hizmetine olan talebi artırmaktadır.

Taleple birlikte artan sağlık harcamaları, sektörde maliyetlerin kontrolü ve verimlilik arayışlarını beraberinde getirmektedir. İlerleyen teknolojiyle birlikte yaratılan yeni ürün ve hizmetler, teşhis ve tedavi imkanlarını geliştirerek, ileride karşılaşılabilecek maliyetlerin önlenmesini sağlayabilir ve böylelikle uzun dönemde sağlık sisteminde verimliliği artırabilir. Bu durum sağlık turizmi gelişimi için önemlidir.

Sağlık sektörü, gelişmiş ekonomilerde en büyük hizmet sektörlerinden biridir ve büyümeye katkıda bulunmaktadır. Gelişmiş ekonomilerde sağlık sektöründe üretilen mal ve hizmetlerin GSYH içindeki değeri %7, bu sektörde yaratılan istihdamın oranı ise %10 seviyesindedir. Toplam sağlık harcamalarının GSYH'ya oranının 2020'de %16'ya çıkacağı hesaplanmaktadır. Hızla büyüyen sağlık turizmi alt sektörü, maliyetlerin çok yüksek olduğu ülkeler için sağlık hizmetleri finansmanında en büyük çözüm seçeneği olarak durmaktadır.

## Genel Tanım

GATS'da (The General Agreement on Trade in Services, Hizmet Ticareti Genel Anlaşması) hizmetler, hükümetlerin ticari amaç dışında ve herhangi başka bir hizmet sunucusuyla rekabet etmeksizin sundukları hizmetler dışında kalan bütün sektörlerdeki hizmetler olarak tanımlanmıştır. Avrupa Birliği açısından hizmet tanımına bakıldığında Roma Antlaşması'nın 60. maddesinin hizmeti “normal olarak bir ücret karşılığı yapılan ve malların, sermayenin ve kişilerin serbest dolaşımı kapsamına girmeyen işler” olarak tanımladığı görülmektedir.

Bütün bunlara ek olarak Avrupa Komisyonu'nun Türkiye ile “hizmetlerin serbest dolaşımı müzakereleri”ne ilişkin olarak hazırladığı bir taslak raporda hizmet sektörleri arasında sağlık hizmetleri öncelikli olarak yer almıştır.

Hizmet sektörüne ilişkin yapılan bir sınıflandırmaya göre hizmetler, “teknoloji içeriklerine göre” alt başlıklara ayrılmaktadır. Buna göre hizmetler; “bilgiye dayalı” ve “geleneksel” hizmet sektörleri olmak üzere ikili bir kategoride değerlendirilmektedir. Bilgiye dayalı hizmet sektörleri arasında; sigortacılık, bilgi teknolojisi, danışmanlık, reklamcılık ve dağıtım, sağlık, eğitim, kamu hizmetleri gibi başlıklar yer almaktadır. Geleneksel hizmet sektörleri arasında yer alan faaliyetler ise ticaret, turizm, taşımacılık, sosyal hizmetler gibi başlıklardır. Gelişmekte olan ülkeler, sahip oldukları mukayeseli üstünlüklerden hareketle, bu hizmet alt sektörlerinde uzmanlaşabilirler ve böylece uluslararası hizmet ticaretindeki paylarını artırabilirler. Bu bağlamda bilgiye dayalı hizmet sektörü olan sağlık aynı zamanda geleneksel hizmet sektörleri arasında da bulunmaktadır ve her iki başlık içinde Türkiye fark oluşturacak kadar güçlüdür.

Turizm kaynaklı tüm hesaplamalarda olduğu gibi sağlık turizmine yönelik istatistiki veriler ve ekonomik büyüklükler hiçbir zaman sınır aşırı mal ticaretinde olduğu kadar iyi takip edilemez. Her şey dahil paketlerde yapılan harcamalar ya da konaklama tesisleri üzerinde yapılan ödemeler pasaporta bağlı olarak takip edilebilirken, serbest gezi ve etkinlik harcamaları takibi hemen hemen mümkün olmayan işlemlerdir.

Aynı şekilde sağlık turizminde sağlık tesislerinde alınan hizmete bağlı tahsilat kayıt altına alınabilirken sağlık dışı harcamaları kontrol edebilmek zorlaşmaktadır. Bu nedenle sağlık turizminin doğrudan ve dolaylı işlemler üzerinden ulaştığı reel ekonomik büyüklük her zaman doğru verilememektedir. Oysa bu durum mal ticareti ve özellikle gümrük işlemlerine tabii sınır aşan işlemlerde çok kolaylıkla takip edilebilmektedir.

Hizmetler sektörü ticari anlamda 4 farklı model (mod) üzerinden değerlendirilmektedir.

- **Mod 1:** Sınır ötesi ticaret; hizmetin, hizmet sunan kişi ya da tüketici yer değiştirmeden bir ülkeden diğer ülkeye arz edilmesidir. Sağlık hizmeti alacak olan kişi kendi ülkesi sınırlarını aşmadığı halde ona sunulan hizmetin bir şekilde sınır aştığı durumdur. Bu başlığa verilecek en güzel örnek data transferi şeklinde MR ya da röntgen bulgularının başka bir ülkede bulunan uzmana gönderilmesi ve uzmanın görüşlerinin bir iletişim yöntemi ile alınması hizmetidir.
- **Mod 2:** Yurt dışında tüketim; hizmetin, bir tarafın topraklarında, diğer tarafın tüketicisine sunulması suretiyle sağlanmasıdır. Turizm hizmetleri ya da yurtdışında alınan eğitim hizmetleri Mod 2 kapsamındaki hizmet ticareti faaliyetlerindedir. Bu başlık altında sunulan hizmet sağlık hizmeti almak amacıyla hastanın başka bir ülkeyi ziyareti kapsamındadır ve sağlık turizmi başlığı altında en çok değerlendirilen mod budur.
- **Mod 3:** Ticari varlık; karşı tarafın hizmet sunucusu tarafından hizmetin sunulduğu ülkede ticari varlık oluşturulması (şirket kurulması; şube, ofis açılması) suretiyle hizmet arzıdır. Hizmet sunucusu şirketin ya da hastanenin sınır aşarak yaptığı hizmet grubudur. Örneğin ülkemizde yerleşik bir yabancı kökenli hastane grubunun sunduğu sağlık hizmetlerinde olduğu gibi.
- **Mod 4:** Gerçek kişilerin varlığı; hizmetin, bir DTÖ üyesi ülkenin gerçek ya da tüzel kişi hizmet sunucuları tarafından, yine DTÖ üyelerinin vatandaşlarının hizmetin sunulduğu ülkenin topraklarında geçici olarak bulundurulması yoluyla ifa edilmesidir. Bir hekimin geçici olarak bir ülkeye hizmet sunmak amacıyla gitmesi ve gittiği ülkede sağlık hizmeti sunması işlemidir.

Tüm bu modlar ile ilgili olarak kayıtların detaylı şekilde tutulabilmesi için çalışmalar yapılmaktadır. Birleşmiş Milletler tarafından 2002 yılında tüm modlar için daha iyi ve güvenilir veri toplamak için Uluslararası Hizmet Ticareti İstatistik Kılavuzu (MSITS) yayınlandı. Böylece hizmet ticaretinin boyutları takip edilmek istendi. Kılavuza göre Mod 2 yani sağlık turizmi için bağımsız bir veri toplanabilecekti. Ancak 2012 yılına gelindiğinde Birleşmiş Milletlere kayıtlı sadece 72 ülkenin “turistin sağlığı kapsamında yapılan harcamalar” başlıklı listeye uygun veri gönderdiği görüldü.

Sağlık turizmi temalı harcamalarda ise sadece 26 ülkenin kayıt girdiği görüldü. Kayıt bildiren ülkeler arasında sağlık turizminden en fazla ekonomik büyüklük ürettiği iddia edilen

Hindistan, Tayland ve Meksika bulunmuyordu. Bu nedenle sağlık turizminde dünya ticaretinin büyüklüğüne ait verilerin genellikle öngörüler ve tahminler üzerinden gitmektedir.

## Uluslararası Hizmet Ticaretinin Gelişmesine Neden Olan Etkenler ve Uluslararası Hizmet Ticaretinin Serbestleştirilme Nedenleri:

Uluslararası ekonominin gelişim süreci incelendiğinde, imalat sanayisindeki gelişim, hizmet sektörünün önemini artırmış ve hizmet sektörü içinde yer alan başta sağlık olmak üzere bankacılık, pazarlama, dağıtım, iletişim, turizm gibi pek çok faaliyet kendi başına ekonomik gelişme sürecini etkileyen yaşamsal önemde girdiler haline gelmiştir.

Özellikle 1970’li yıllardan itibaren ortaya çıkan ilerlemelerle birlikte uluslararası hizmet ticaretinin önemi daha da artmıştır. Ülke pazarları arasında hizmet ticaretine yönelik engellerin kaldırılmasıyla hukuki düzenlemelerde sağlık sektörü özel bir farklılığa sahiptir. Tüm hizmet sektörlerinin sınır aşırı faaliyetleri için ciddi engelleyici mevzuat sınırlamaları varken sağlık hizmeti sunumunda en zor pasaport prosedürleri ve vize işlemlerinin bile kolaylaştığı görülmektedir.

Ülkeler arasında oluşan uzlaşma ortamı sonucu, hizmet ticaretini uluslararası normlara bağlayan “GATS Anlaşması”, Uruguay Turu Nihai Senedi’nin ayrılmaz bir parçası olmuştur. GATS sonucu DTÖ içinde “Hizmet Ticareti Konseyi” adlı bir birim kurulmuştur. Bu birim hizmet ticaretine ilişkin düzenlemeleri gerçekleştirirken ihtiyaç duyduğu yardımcı alt birimlerini de oluşturabilmektedir. Sağlık hizmetleri de bu grup altında görülmektedir.

### Uluslararası Ticarete Hizmet Sektörünün Payı ve Gelişim Eğilimi;

Dünya Bankası verilerine göre; dünya hizmet üretimi ve ticaretinde gerçekleşen gelişmeler sonucunda özellikle 1965 yılından itibaren hizmetler sektörünün birçok ülkenin gayri safi yurtiçi hasılasındaki payı giderek artmakta ve hizmetler çoğu ülkenin GSYH’nin % 50’sini oluşturmaktadır. Ayrıca, bu sektör hem gelişmekte olan hem de gelişmiş ülkelerde en çok istihdam sağlayan sektörlerin başında gelmektedir. IMF’nin Ödemeler Dengesi İstatistikleri’ne göre; dünya hizmet ticareti, tüm uluslararası ticaretin beşte birini teşkil etmekte, hizmetlerin ticarete katkısı Kuzey Amerika ve Batı Avrupa’da Latin Amerika, Asya ve Afrika’ya göre daha yüksek oranda gerçekleşmektedir. Bu da, hizmetlerin ekonomik faaliyetlerdeki payının artmasının gelişmişlik düzeyi ile doğru orantılı olduğunu göstermektedir. Asya’nın başını çektiği hizmet ihracı konusunda Kuzey ve Latin Amerika ikinci sırada yer almış, arkasından Afrika ve Batı Avrupa’nın geldiği anlaşılmıştır. Hizmet ithalinde ise, Latin Amerika ve Asya önde gelmektedir.

### Hizmet Ticaretinin Yapılmasının Nedenleri

Hizmet ticaretinde bulunulmasının sebepleri, temelde, mal ticaretindekilerle benzer özellikler taşır. Söz konusu sebepler farklı yönleriyle ortaya konacak olursa, maddeler halinde şöyle bir sıralama yapılabilir:

**a) Kaynak Dağılımının Farklılıkları:** Kaynakların dağılımı her ülkede aynı değildir. Kimi ülkeler zengin bir kaynak rezervine sahipken, kimileri bu açıdan fakirdir. Mesela, doğal güzellikler turizm sektörü açısından büyük bir önem arz eder. Söz konusu kaynaklar itibariyle zengin olan bir ülke ile fakir bir ülkenin turistik potansiyeli birbirinden farklı olacaktır. Kıt kaynaklara sahip olan ülke vatandaşları, bu açıdan zengin olan ülkenin kaynaklarından istifade etmek isteyecek ve bu şekilde ticarî ilişki gerçekleşmiş olacaktır.

**b) Kültürel Geçmiş Farklılıkları:** Sahip olunan kültürel geçmiş, ülkenin iktisadi yapısının şekillenmesine doğrudan etki eder. Örneğin, sağlık hizmetleri açısından uzun bir geçmişi olan bir ülke, geçmişten gelen tecrübe mirasının nimetlerinden de istifade edecektir. Söz konusu mirası uygun bir şekilde kullanabildiği takdirde, geniş bir yurtdışı sağlık hizmeti talep listesine sahip olacak ve uluslararası hasta hareketliliğinde önemli bir ülke haline gelebilecektir. Böylece, yurt dışından sağlık hizmeti almaya gelen bireyler için sunulan hizmet sonuçta bir ticarete konu olacaktır. Bu çerçevede dikkate alınabilecek diğer bir konu ise tarihi mirastır. Bilindiği gibi tarihi miras, turizm sektörünün temel ürünlerinden biridir. Turizm gelirinin önemli bir kısmı, sahip olunan tarihi mirasın ticarete konu edilmesiyle sağlanmaktadır.

**c) Bilgi Farklılığı:** Ülkeler arasındaki teknik bilgi farklılığı, hizmet ticaretinin sebeplerinden bir diğeridir. Bu açıdan yetersiz olan ülkeler, ihtiyaç duydukları teknik bilgiyi diğer ülkelerden karşılama yoluna gitmektedir. Üretim teknikleri (know-how), lisanslar ve bilgi-işlem ürünlerine ilişkin ticari faaliyetler bu konuda belirtilebilecek bazı örneklerdir. Bunun dışında gelişmiş sağlık hizmetleri doğrudan ileri düzey bilgi ve o bilgi ile yoğunlaşmış tecrübeye dayalı hizmet grubudur. Bu nedenle hizmet ticaretinin önemli bir bileşenidir.

**d) Kalifiye Eleman Yetersizliği:** Sahip olunan nitelikli iş gücü farklılığı, ülkeler arasında dolaşımı gündeme getirmektedir. Bu konuda tamamıyla serbest bir ortam mevcut olmamakla birlikte, “emeğin serbest dolaşımı” adı altında birtakım çalışmalar yürütülmektedir. Ülkeler, ihtiyaç duydukları iş gücü açıklarını bu yolla kapatabilmektedir. Sağlık hizmetinde ise emeğin serbest dolaşımından çok “hizmeti talep edenin serbest dolaşımı” ön plana çıkmaktadır. Sağlık hizmeti teknolojik alt yapıya dayalı olarak sunulmak ve devamlılık göstermek zorundadır. Bu nedenle ülkelerin kalifiye sağlık elemanlarını düzenli olarak başka ülkelere göndermeleri kendi ülkelerinde özellikli işlemlerde gecikmeye neden olacağından tercih edilmemektedir. Bu durum kalifiye sağlık hizmet sunucularının olduğu yerlere doğru hasta hareketliliği nedeniyle ciddi bir ticari faaliyet doğmasını sağlamaktadır.

**e) Altyapı Yatırımlarındaki Farklılıklar:** Ülkeler, yeterli yatırım yapmadıkları veya yapamadıkları alanlardaki eksikliklerini başka ülkelerin altyapı imkânlarından istifade ederek gidermeye çalışmaktadır. Buna örnek olarak ileri düzey tedavi edici sağlık hizmetleri verilebilir. Maliyetinin yüksekliği dolayısıyla altyapısının kurulması güç olan ileri düzey tedavi edici sağlık hizmetleri için başka ülkelerden temin yoluna gidilebilmektedir.

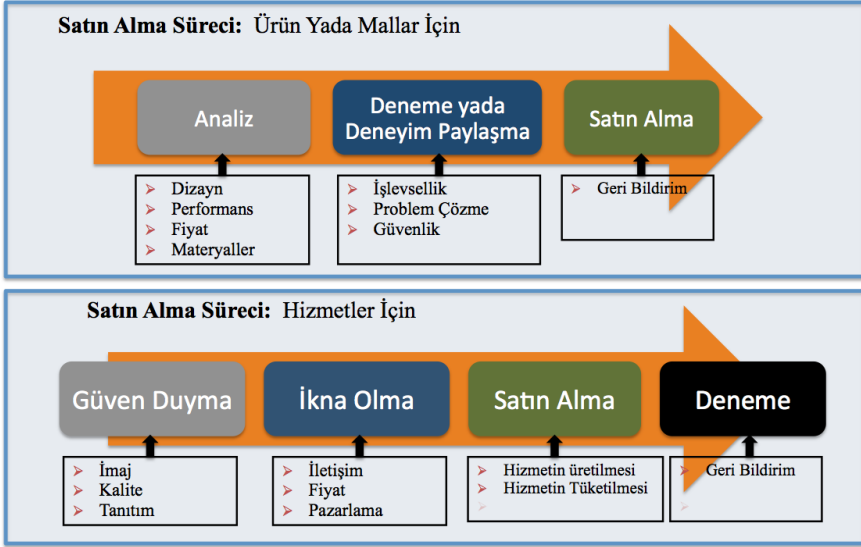
**f) Fiyat Farklılıkları:** Mal ticaretinde olduğu gibi, hizmetlerin üretimindeki maliyet farklılıkları da ticarete sebep olmaktadır. Ülke içindeki yüksek maliyetli bir hizmet için düşük maliyetle üretim yapan başka bir ülkeden temin yoluna gidilebilmektedir. Sağlık sektörü bu konuya uygun bir örnektir. Ülke içinde geri ödeme sistemleri ve cepten ödeyenler için yüksek

maliyetli olan sağlık hizmeti ihtiyacı, başka ülkelerden daha düşük maliyetle karşılanmaya çalışılmaktadır.

**g) Hizmet Farklılaştırması:** Malda olduğu gibi, hizmette de yapılan farklılaştırma faaliyeti, ticaretin gerçekleşmesine imkân sağlamaktadır. Üretilen bir hizmetin, yapılan ek yatırımlarla ve tutundurma faaliyetleriyle rekabet edebilir bir hale getirilerek ticarete konu edilebilmesi mümkündür. Buna sağlık, bankacılık ve sigortacılık hizmetleri örnek olarak verilebilir. Ülkemizde “çocuk sağlığı ve hastalıkları” ana hizmet branşının altında 18 farklı üst sağlık hizmeti sunum alanı geliştirilerek farklı üst uzmanlık alanları oluşturulmuştur.

Yukarıda belirtilen 7 ana faktör sağlık turizmi ve ülkemiz adına değerlendirildiğinde: Sağlık turizmi uluslararası ticarete hizmet sektörü alt bileşeni olarak görülmektedir. Hizmet sektörünün ana teması kabaca; üretildiği anda tüketilen kalifiye insan/işgücü ihtiyacı duyulan bir sektör olarak görülmektedir. Türkiye, insan kaynağı, kültürel miras, bilgi birikimi, kalifiye eleman sayısı, sağlık sektörü yatırımlarındaki yeterlilikler, fiyat avantajları ve çok sayıda üst uzmanlık alanlarıyla sunduğu farklılaşmış hizmetleri ile sağlık turizminde en önemli aktör olacak güçtedir.

### Sağlık Hizmeti Sunumu ile Ürün Ticareti Arasındaki Farklar



### Ürün ve Hizmet Satın alma süreçlerinin Farkları

Sağlık hizmetlerinin sunumu ve pazarlanması, ürün pazarlanmasından farklı özellikler taşımaktadır. Bu farklılık sağlık hizmetlerinin fiziksel varlıklarının olmaması ile uluslararası hastaların cepten yaptıkları ya da sigorta/geri ödeme sistemleri aracılığıyla yaptıkları ödemeyi hizmetin alınmadan önce (hizmetin tamamını görmeden önce) yapmaları veya yapmayı garanti etmelerinden kaynaklanmaktadır. Bu farklılık nedeniyle; uluslararası hastalar bilmediği bir ülkede görmediği bir sağlık tesisindeki tanımadığı bir hekimden yeni bir sağlık hizmetini almadan önce



genellikle kendilerine güven sağlayacak araştırmalara ya da tanıdıkları insanların tavsiyelerini almaya ihtiyaç duymaktadırlar. Bu nedenle sunulan hizmet ne kadar iyi olursa olsun eğer uluslararası alanda özellikle tıbbi bilimsel yeterlilik açısından tanınmıyor ise tavsiye edilmesi zor olacaktır.

### **Hizmet ticareti aşağıda belirtilen özellikleri taşımaktadır:**

- Bir sağlık tesisinin hizmet ihracatındaki en önemli sorunu uluslararası ortamda tanınmaması, bu nedenle de kredibilitesinin bulunmamasıdır.
- Bugün için sunulan bir sağlık hizmeti yenilik iken, çok kısa bir süre içinde birçok ülkedeki sağlık tesisine yayılarak özgün olma özelliğini kaybedebilir. Bu da sağlık hizmeti sunumunda yapılan çalışmaların tamamen yeni teknoloji ve yeni farklı işlem üzerinden kurgulanmaması “kaliteli hizmet” üzerinden yapılandırılması halinde yararlı olacağını göstermektedir.
- Sağlık hizmeti sunumuna talip olan sağlık tesislerinin çok değişken (hastane, klinik, özel dal merkezi, termal tesis, termal sağlık tesisi, yaşlı bakım merkezi, yaşlı sağlık kliniği vb.) yapıda olması nedeniyle tesisler farklılıklarını güven unsurunu sağlayıcı akreditasyon belgeleri ile pekiştirmelidirler.
- Sağlık hizmeti sunucuları uluslararası hastalardan aldıkları paylarını artırmak ve/veya elinde tutabilmek için bilimsel gelişmeleri takip etmek durumundadır.
- Sağlık hizmeti sunumunda birden fazla sektör paydaşının koordine ve eşgüdüm içerisinde çalışması çok önemlidir. Hastanın sorununa çözümü tek bir seferde bulabileceği hizmet paketi geliştirilmesi avantaj sağlayacaktır.

### **Hizmet ile ürün ihracatı arasındaki temel farkları aşağıdaki şekilde sıralayabiliriz:**

- İhraç edilen bir hizmeti satın almak yabancı alıcı açısından risk taşımaktadır. Çünkü hizmet; olaya, kişiye özel üretilmektedir. Hem hizmeti üretenin hem de hizmeti alanın kişi özelindeki farklılıkları hizmetin değişkenliğinde rol oynamaktadır. Basit bir örnekle daha önce hiçbir ameliyatı olmamış kişinin safra kesesi ameliyatı ile daha önce mide ameliyatı geçirmiş bir kişinin safra kesesi ameliyatı aynı işlem değildir.
- Bir hizmetin alımı genellikle hizmetin üretiminden önce gerçekleşmektedir. Bu nedenle sağlık hizmeti almak için başvuracak olan kişiler risklerini azaltmak için çoğunlukla iyi bilinen bir sağlık merkezi, iyi bilinen bir hekim veya akredite bir kuruluş aramaktadır. Bu durum geniş bir iletişim ağının kurulmasının potansiyel hastalara ulaşmak için oldukça önemli olduğunu göstermektedir.
- Sağlık hizmetlerinde uluslararası tanıtım, hizmet sektörünün genelinde de olduğu gibi öncelikle hizmetin tanıtımından çok tesisin pazarda güvenilirliğinin yaratılmasını oluşturmaktır.
- Ürün ihracatçıları yerel bir aracı/temsilci ile temin edilmiş olan ürün örnekleri üzerinden çalışabilirken, hizmetlerde potansiyel müşteriler hizmeti sağlayan ile muhatap olmak istemektedir. Bu da sağlık tesislerinin, hizmetlerini kendilerinin pazarlaması ve kurdukları kişisel ilişkilerde kültürel farklılıklara dikkat etmeleri gerektiği anlamına gelmektedir.
- Sağlık hizmeti sunumunda başarı için çok büyük organizasyonların kurulmuş olması şart değildir. Profesyonel ve özellikli hizmet sunan küçük sağlık tesislerinin pazarlama başarısı yöneticilerin becerilerine bağlıdır.
- Hizmet sunumunda iki aşamalı pazarlama yaklaşımına ihtiyaç duyulması ve sağlık tesislerinin hastalarda güven oluşturma gereği, hizmet ihracatçılarının uzun süreli yatırım yapmaları ihtiyacını doğurmaktadır.

- Potansiyel hastalara ve sigorta kuruluşlarına istedikleri güvenin verilmesi ve pazara girişin hızlanması için hizmet ihracatçıları hedef ülkelerdeki yerel bir aracı kuruluş ile stratejik ortaklık kurabilirler.
- Ürün ile hizmet ihracatı arasındaki temel farklılık, ürünün fiziksel bir varlığı bulunurken hizmetlerin ise fiziksel yapıya sahip bulunmamasıdır. Bu farklılık pazarlamayı, fiyatı ve hizmet stratejisini etkilemektedir.

Fiziksel Üretim	Hizmet Üretimi
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Dokunulabilir</li> <li>➤ Türdeş</li> <li>➤ Üretim ve dağıtım tüketimden farklıdır</li> <li>➤ Nesnedir</li> <li>➤ Müşteriler genellikle üretim sürecine katılmazlar</li> <li>➤ Stoklanabilir</li> <li>➤ Sahiplik transfer edilebilir</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Dokunulamaz</li> <li>➤ Türdeş değildir</li> <li>➤ Üretim ve tüketim eş zamanlıdır</li> <li>➤ Bir faaliyet yada süreçtir</li> <li>➤ Müşteriler/hastalar üretim sürecinin bir parçasıdır</li> <li>➤ Stoklanamaz</li> <li>➤ Sahiplik transfer edilemez</li> </ul>
<b>Fiziksel Mallar ve Hizmetler Arasındaki Farklar</b>	

